

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu aspek yang tidak pernah terlepas dari kehidupan manusia yang merupakan suatu kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari, seperti halnya manusia yang selalu berinteraksi antara individu yang satu dengan yang lainnya. Maka komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh kelompok satu kepada kelompok lain untuk memberitahukan atau merubah sikap baik secara langsung maupun tidak langsung. Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu communicate yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan. Dengan arti sama makna, sebuah komunikasi diantara 2 orang terjadi minimal adanya kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan (Effendy, 2011:9). Komunikasi menurut ahli kamus bahasa menunjuk pada suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan.

Beberapa ahli mengemukakan definisi komunikasi sebagai berikut :

a) David K. Berlo

Komunikasi sebagai instrumen dari interaksi sosial berguna untuk mengetahui serta memprediksi setiap orang, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan masyarakat.

b) Harorl D. Lasswell

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, kepada siapa, mengatakan apa dan dengan saluran apa. Dengan hasil atau akibat apa.

c) Aristoteles

Komunikasi ialah alat dimana warga masyarakat dapat berpartisipasi dalam demokrasi.

d) Everett M. Rogers

Komunikasi ialah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Jadi komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikan (pengirim pesan) kepada komunikator (penerima pesan) melalui kata-kata, simbol, gambar, angka dan lain-lain.

2.2 Unsur Komunikasi

Unsur komunikasi adalah bagian-bagian yang saling mendukung guna berlangsungnya suatu komunikasi yang sempurna, apabila tidak terdapat unsur-unsur komunikasi yang dimaksud maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi tidak dapat berlangsung. Ada beberapa pandangan mengenai unsur atau elemen yang mendukung komunikasi. Salah satunya menurut Effendy (2002: 6) bahwa terdapat 5 unsur komunikasi yaitu:

1. Who (Siapa) : komunikator, orang yang menyampaikan pesan.
2. Says What (mengatakan apa) : Pesan, pernyataan yang didukung oleh lambang, dapat berupa ide atau gagasan.
3. In Which channel (Saluran) : media, sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
4. To whom (kepada siapa) : komunikan, orang yang menerima pesan.

5. With what effect (dampak) : efek, dampak sebagai pengaruh dari pesan atau dapat juga diartikan sebagai hasil dari proses komunikasi.

Komunikasi dapat berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi memiliki kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Apabila seseorang mengerti tentang apa yang dinyatakan orang lain kepadanya maka komunikasi yang berlangsung bersifat komunikatif. Sebaliknya jika seseorang tidak mengerti tentang apa yang dinyatakan oleh orang lain kepadanya maka komunikasi tidak berlangsung dengan kata lain hubungan antara orang-orang tersebut tidak komunikatif.

2.3 Efektivitas Komunikasi

Komunikasi merupakan kebutuhan mutlak bagi kehidupan manusia karena hanya dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan informasi, ide, konsepsi baik sebagai penyampai informasi maupun penerima informasi. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai ide-ide, komunikasi merupakan transmisi informasi yang dihasilkan oleh stimulus dari satu sumber yang direspons penerima. Selain itu komunikasi merupakan sistem yang mengatur pengiriman pesan untuk ditanggapi oleh penerima, karena itu proses transmisi dari sebagian informasi atau pesan yang berasal dari sumber itu harus dirancang menarik, sehingga dapat mencapai tujuan aktif (Liliweri, 2011:35,37).

Komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh komunikan dan menghasilkan efek yang benar-benar diharapkan oleh komunikator. Efektivitas merupakan sesuatu mengenai terjadinya suatu efek atau akibat pengaruh yang dikehendaki. Jika hal tersebut

dikaitkan dengan komunikasi, maka seberapa jauh pencapaian target untuk menyampaikan suatu penyampaian atau pesan oleh seseorang kepada orang lain sehingga terjadi efek atau akibat pengaruh yang dikehendaki oleh komunikator.

2.4 Penyebaran Informasi

Informasi merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Dengan adanya informasi tiap-tiap orang dapat mengambil keputusan dengan cepat. Informasi mengandung sejumlah data yang sudah diolah dan diproses melalui prosedur pengolahan data dalam rangka telah diuji kebenarannya sesuai dengan kebutuhan. Sesuatu hal juga dapat dikatakan informasi, jika hal tersebut mengandung makna, berguna dan bermanfaat, dan dapat dijadikan bahan pembuatan keputusan. Informasi yang disebarkan di media akan sangat bermanfaat, apabila informasi tersebut memiliki makna yang positif dan dapat bermanfaat bagi banyak orang. Akan tetapi, jika informasi yang disebarkan tidak benar maka juga sangat dapat merugikan banyak orang.

2.5 Instant Messaging

Instant messaging merupakan fasilitas komunikasi chatting untuk para pengguna internet. Dengan menggunakan fasilitas ini, user dapat berkomunikasi dengan cara mengirimkan pesan berupa text dengan user lain. Selain itu, Instant Messaging juga berfungsi untuk tukar menukar file. Instant messaging atau yang lebih dikenal dengan Online Chat adalah suatu alat komunikasi jarak jauh yang memiliki kecepatan transmisi cepat

yang cepat (Zuliarso, 2013). Berikut beberapa pengertian instant messaging menurut para ahli:

Pengertian IM (Instant Messaging) adalah teknologi yang memungkinkan para pengguna dalam jaringan untuk mengirimkan pesan singkat secara langsung pada saat yang bersamaan menggunakan teks, gambar, dan pengiriman berkas kepada pengguna lainnya yang sedang terhubung ke jaringan yang sama (Radhian, 2014).

IM salah satu jenis layanan komunikasi yang memungkinkan seseorang untuk melakukan percakapan (chat) privat dengan orang lain secara real-time melalui internet, yang pada umumnya percakapan berupa teks namun bisa saja berupa pesan suara atau video (Karhendana, 2006).

Berdasarkan beberapa definisi di atas instant messaging adalah suatu layanan komunikasi *real-time* dengan menggunakan teknologi jaringan internet mengirim dan menerima pesan singkat baik berupa teks, gambar, pesan suara, video, dan berkas.

2.6 Media Sosial

Kemunculan teknologi internet sangat berpengaruh dalam perkembangan penggunaan media social di masyarakat. Media Social media merupakan media online yang mendukung interaksi sosial. Social media menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : *Blog, Twitter, Facebook, Line, WhatsApp, BBM, Instagram* dan lain sebagainya. Menurut (Nasrullah, 2015:11) media sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna

merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Melalui media social seseorang dapat terhubung dengan orang yang menggunakan social media yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media social memiliki sifat yang lebih interaktif dibandingkan dengan bentuk media tradisional seperti Tv maupun Radio. Melalui media social kita dapat secara langsung berinteraksi dengan orang lain melalui kolom komentar.

2.6.1 Jenis-jenis Media Sosial

Media sosial secara substansional mengubah cara komunikasi antara organisasi, masyarakat, serta individu. Adapun jenis-jenis dari media sosial, sebagai berikut (Afandi, 2012) :

- a. *Collaborative Projects*, merupakan media sosial yang dapat membuat konten. Khalayak pun dapat mengakses konten tersebut secara global. Ada dua subkategori yang termasuk kedalam *collaborative project* dalam media sosial yakni *Wiki* dan *bookmark social*.
- b. *Blogs* dan *microblogs*, sebuah website yang memberikan fasilitas kepada pengguna untuk menyampaikan sebuah opini, pengalaman, atau kegiatan sehari-hari dari penulisnya. beberapa contoh blog dan microblog seperti Kaskus, Blogger, WordPress, Multiply, dan Plurk.
- c. *Content communitie*, merupakan suatu aplikasi yang digunakan pengguna untuk berbagi foto dan video dengan orang yang dituju.

Contoh media sosial yang dimaksud dalam content communitie ialah Youtube.

- d. *Social Networking sites*, merupakan aplikasi untuk pengguna yang memungkinkan terhubung dengan pengguna lain melalui profil pribadi atau akun pribadinya. Profil pribadi mencakup informasi seperti foto, video, file audio, dan blog. Situs ini umumnya memiliki fitur pesan instan dan email. Beberapa contoh situs jejaring sosial adalah *Geocities, Six Degrees, friendster, Yahoo Messenger, Facebook, Twitter, MySpace, Blackberry Messenger, WhatssApp, Google Plus, Instagram, Skype, Yahoo*.
- e. *Virtual Game Worlds*, sebuah permainan *multiplayer*, dimana ratusan pemain secara simultan saling mendukung. Permainan dunia virtual ini pengguna dapat berinteraksi menggunakan avatar pribadinya. Dalam aturan di permainan ini harus diikuti dalam konteks *Massively Multiplayer Online Role Playing Game (MMORPG)*. Permainan yang paling populer dalam kategori ini termasuk *World of Warcraft, EverQuwsr* dan *Dota*.
- f. *Virtual Social Worlds*, aplikasi yang menyimulasikan kehidupan nyata melalui internet. Situs tersebut memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dalam *platform* tiga dimensi dengan menggunakan avatar yang mirio dengan kehidupan nyata (Nurudin, 2012:87).

2.6.2 Ciri-Ciri Media Sosial

Dalam menjelaskan media sosial dapat disebutkan ciri-ciri media sosial sebagai berikut :

1. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu;
2. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu *gatekeeper* dan tidak ada gerbang penghambat;
3. Isi disampaikan secara online dan langsung;
4. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna;
5. Medsos menjadikan penggunaannya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri;
6. Dalam konten medsos terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), kehadiran (eksistensi), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (group) (Kemendagri 2014:27).

2.7 Pemahaman tentang WhatsApp

WhatsApp merupakan aplikasi pesan instan yang memungkinkan kita mengirim pesan, file, gambar, video, dan obrolan online. Aplikasi WhatsApp pertama kali muncul hanya pada Smartphone Apple saja, seiring berkembangnya jaman kini WhatsApp tersedia pada Android, Windows Phone, BlackBerry maupun Symbian. Aplikasi WhatsApp tidak memerlukan pulsa seperti sms dalam pengoperasiannya, karena WhatsApp hanya membutuhkan paket data internet maupun wifi. Kontak pengguna WhatsApp pun dapat terdeteksi pada perangkat smartphone kita apabila kontak telepon kita terdaftar pada aplikasi WhatsApp.

2.7.1 Sejarah WhatsApp

WhatsApp didirikan oleh Brian Acton dan Jan Koum yang pernah bekerja sebagai pegawai Yahoo pada 24 Februari 2009. Dengan bermodal tabungan sebesar \$400.000 yang diperoleh selama bekerja di Yahoo, Koum mengunjungi temannya yaitu Alex Fishman untuk berdiskusi mengenai App Store, Koum merasa toko tersebut menyimpan potensi. Fishman kemudian membantu Koum mencari pengembang aplikasi iPhone bernama Igor Solomennikov yang berasal dari Rusia.

Tapi meskipun WhatsApp Inc telah berdiri, aplikasi WhatsApp sendiri masih jauh dari kata sempurna. Dalam beberapa percobaannya, WhatsApp mengalami kegagalan, perusahaan ini tidak berjalan seperti yang diharapkan. Koum putus asa dan berniat menutup perusahaan tersebut dan ingin mencari pekerjaan lain. Namun Brian Acton mendorongnya untuk tetap bertahan beberapa bulan lagi. Pada akhirnya setelah melewati masa kritis yang cukup panjang, pada bulan November 2009, WhatsApp resmi memulai kiprahnya di App Store. Sebelumnya, Koum telah membujuk Acton dan lima mantan pegawai Yahoo! lainnya untuk berinvestasi. Setelah mengunjungi App Store, pada bulan Januari 2010 WhatsApp mengembara ke BlackBerry Store dan disusul Android pada bulan Agustus.

Meskipun statusnya telah diubah dari gratis ke berbayar, popularitas WhatsApp tetap melesat cepat di hampir semua platform. Per Februari 2013 pengguna aktif WhatsApp meledak di angka 200 juta. Angka ini membengkak dua kali lipat pada bulan Desember dan naik lagi menjadi 500 juta pada bulan April 2014. Dan per September 2015,

pengguna aktif WhatsApp tercatat sebanyak 900 juta.

<http://www.mediaabadi.tk/2017/09/sejarah-berdirinya-whatsapp.html>,

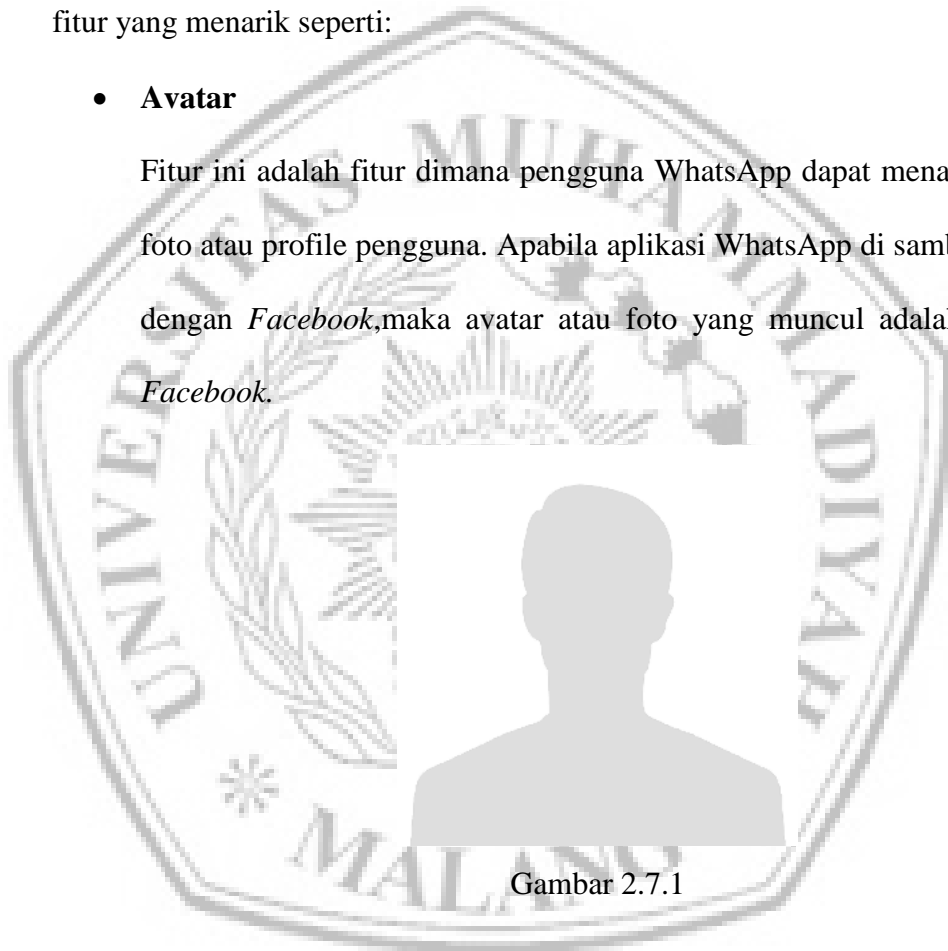
diakses 1 Oktober 2017 pada pukul 21.13 wib.

2.7.2 Fitur dalam WhatsApp

Berkaitan dengan populernya, Aplikasi WhatsApp didukung dengan fitur-fitur yang menarik seperti:

- **Avatar**

Fitur ini adalah fitur dimana pengguna WhatsApp dapat menampilkan foto atau profile pengguna. Apabila aplikasi WhatsApp di sambungkan dengan *Facebook*, maka avatar atau foto yang muncul adalah avatar *Facebook*.



Gambar 2.7.1

- **Emoticon**

Untuk menambahkan serunya perbincangan, pengguna WhatsApp pun dapat menambahkan emotions dengan banyak pilihan, seperti : smile emotions, icon-icon seperti cuaca, binatang, tanaman, alat-alat musik, buku, kartu, mobil, bangunan, pesawat dll.



Gambar 2.7.2

- **WhatsApp Call/ WhatsApp Video Call**

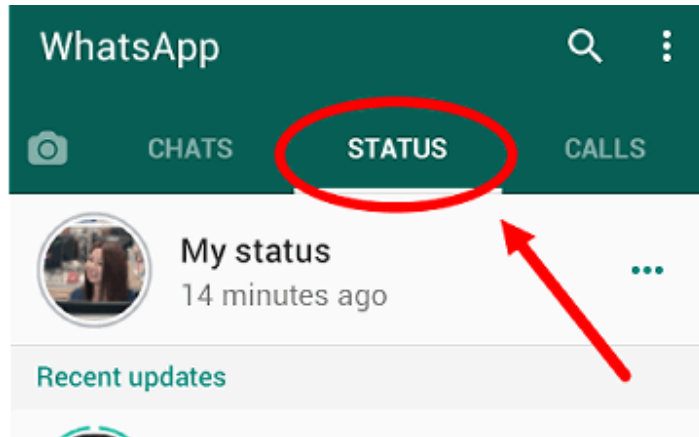
Pengguna aplikasi WhatsApp dapat melakukan panggilan suara maupun panggilan video melalui fitur ini, tentunya harus dengan menggunakan koneksi internet.



Gambar 2.7.3

- **Story WhatsApp**

Story *WhatsApp* merupakan fitur baru menggantikan status gaya lama, fitur ini memungkinkan penggunaanya untuk memperbarui status dengan unggahan foto dan video.

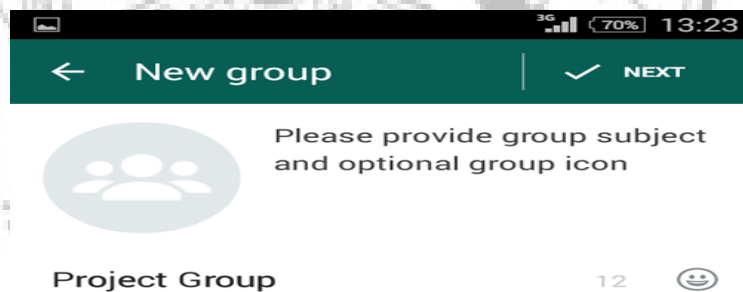


Gambar 2.7.4

- **Groupchat *WhatsApp***

Grupchat *WhatsApp* adalah fitur yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan beberapa kontak teman yang ada di *WhatsApp*.

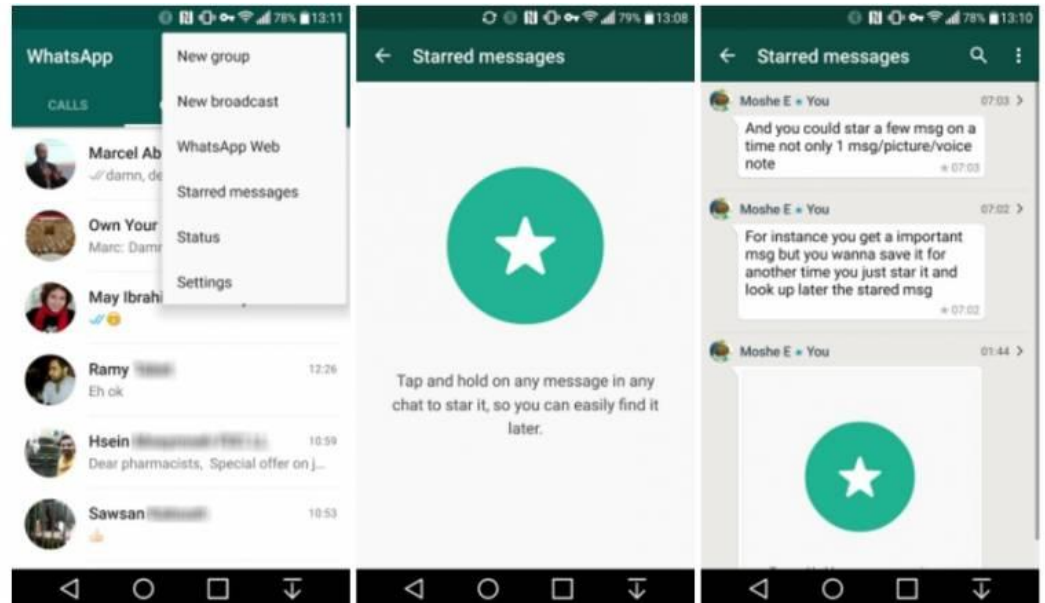
Adanya Grupchat *WhatsApp* ini memudahkan pengirim pesan dalam menyebarkan informasi dimana pesan atau informasi dapat diterima oleh penerima pesan dalam waktu yang bersamaan.



Gambar 2.7.5

- **Starred Messages**

Pesan Berbintang merupakan fitur untuk memudahkan pengguna WhatsApp dalam memberi tanda pada pesan-pesan tertentu agar memudahkan pengguna menemukannya kembali nanti jika diperlukan.



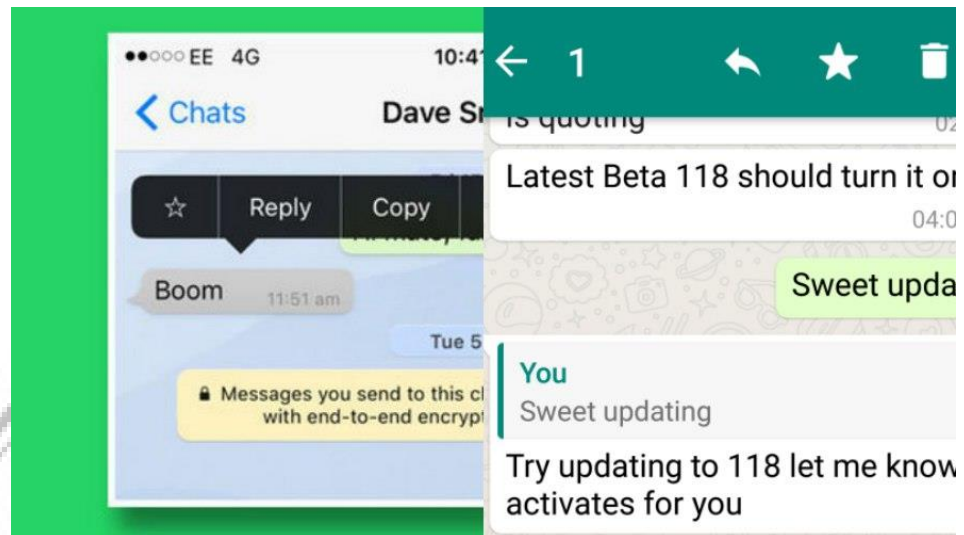
Gambar 2.7.6

- **Replay**

Fitur Replay (Balas) adalah untuk menanggapi atau mengomentari pesan tertentu, baik pada chat grup maupun individual. Selama ini, anggota grup yang banyak terkadang membuat topik obrolan melebar. A membahas topik 1, lalu ditimpali B dengan topik 2, dan seterusnya.

Misalnya, Anda ingin membalas omongan si A tentang topik 1. Karena ramainya pertukaran pesan di grup, bisa saja balasan Anda dianggap untuk omongan si B tentang topik 2.

Dalam kasus seperti itu, dengan adanya fitur replay (balas) akan membuat si A dan teman grup lainnya tahu bahwa balasan Anda ditujukan untuk topik 1 yang dibahas oleh A.



Gambar 2.7.7

Sumber <https://faq.whatsapp.com/id/wp/26000014/?category=5245251>
diakses 1 Oktober 2017 pada 22.15 wib

2.8 Adab Komunikasi dalam WhatsApp Group

WhatsApp Grup merupakan sebuah wadah yang memfasilitasi setiap anggota dapat berkomunikasi kepada anggota satu dengan anggota lainnya. Etika dalam percakapan di dunia maya adalah dengan berkomunikasi dengan sopan. Cara berkomunikasi yang sopan dalam percakapan dunia maya yaitu dengan mengirim tulisan yang sopan. Tulisan-tulisan, baik yang diterjemahkan sebagai tulisan yang sesungguhnya maupun konten percakapan lain yang didukung fitur aplikasi WhatsApp Grup seperti gambar, video, dokumen, maupun suara harus dalam tata aturan kesopanan.

Kesopanan dalam berkomunikasi menurut Waluyo (2005:17) sangat relevan dengan keyakinan seorang muslim bahwa barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir hendaknya Ia berbicara baik atau diam. Kesopanan berarti menebar kebaikan, dan kebaikan dapat diraih melalui pintu kesopanan komunikasi. Baik dalam makna lain dapat pula dipahami penggunaan bahasa yang baik dan benar sesuai budaya masyarakat Indonesia. Pada akhirnya agar budaya komunikasi online tetap dalam koridor positif maka harus disertai kecerdasan mental dan spiritual. Cara berkomunikasi dalam WhatsApp Messenger Group menunjukkan bagaimana kecerdasan mental dan spiritual seseorang (Nurudin, 2012:57).

2.9 Efektivitas Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi merupakan penyebaran pesan yang berisi fakta data yang sesuai dengan kenyataan sehingga menimbulkan penjelasan yang benar dan jelas serta menumbuhkan pengertian yang sama mengenai pesan yang disebarkan.

Berlangsungnya penyebaran informasi yang efektif memerlukan syarat-syarat yang harus dipenuhi, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sastropetro yaitu :

1. Pesan yang disebarkan haruslah disusun secara jelas, mantap, dan singkat agar mudah ditangkap. Perlu dipahami bahwa tiap orang mempunyai daya tangkap yang berbeda. Dengan demikian penyebaran pesan haruslah menyusun pesan menurut perhitungan

yang dapat ditangkap oleh orang lain atau sebagian terbesar orang yang berkepentingan;

2. Lambang-lambang yang digunakan haruslah dapat dipahami, dimengerti oleh mereka yang menjadi sasaran, artinya jikalau akan menggunakan bahasa, pergunakanlah bahasa yang dapat dimengerti;
3. Pesan disampaikan atau disebarkan hendaknya dapat menimbulkan minat, perhatian, dan keinginan pada si penerima pesan untuk melakukan sesuatu;
4. Pesan-pesan yang disampaikan atau disebarkan hendaknya menimbulkan keinginan untuk memecahkan masalah, sekiranya ada masalah.

Ada beberapa hal penting dalam memilih media yang dianggap tepat untuk menyebarkan informasi yaitu mengenai tingkat daya guna atau efisiensi dari media. Dalam hal ini Wilder membaginya ke dalam dua golongan media yaitu :

1. Media Sekilas (Instant Media) yaitu media yang hanya membutuhkan waktu yang sangat singkat atau sepiantas lalu saja, seperti poster, plakat, spanduk, slide (dalam radio atau bioskop dan film-film singkat yang hanya dapat ditonton paling lama tiga menit).
2. Media Lama atau Panjang (Penetrating Media) yaitu media yang dapat dibawa pulang ke rumah, seperti folder, pamflet, brosur, dan

sebagainya. Termasuk juga pada film-film yang membutuhkan waktu pemutaran lama.

2.10 Landasan Teori

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori dependensi efek media massa dimana teori ini dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin L. Defleur (1976, Sandjaja, 2002:5,26) menyatakan bahwa memfokuskan perhatiannya pada kondisi struktural suatu masyarakat yang mengatur kecenderungan terjadinya suatu efek media massa. Teori ini pada dasarnya adalah suatu pendekatan struktur sosial yang berangkat dari gagasan mengenai sifat suatu masyarakat modern, dimana media massa dapat dianggap sebagai sistem informasi yang memiliki peran penting dalam proses pemeliharaan perubahan, dan konflik pada tatanan masyarakat, kelompok atau individu dalam aktifitas sosial. Yang terpenting dalam teori ini bahwa dalam masyarakat modern, audience menjadi tergantung pada media massa sebagai sumber informasi bagi pengetahuan tentang, dan orientasi kepada, apa yang terjadi dalam masyarakat.

Jenis dan tingkat ketergantungan akan dipengaruhi oleh jumlah kondisi struktural, meskipun kondisi terpenting terutama berkaitan dengan tingkat perubahan, konflik atau tidakstabilnya masyarakat tersebut. Kedua berkaitan dengan apa yang dilakukan media yang pada dasarnya melayani berbagai fungsi informasi. Dengan demikian teori ini menjelaskan saling berhubungan antara tiga perangkat variabel utama dan menentukan jenis

efek tertentu sebagai hasil interaksi antar ketiga variabel tersebut. Secara ringkas kajian terhadap efek tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut : kognitif,afektif,Behavioural (Burhan,2009:287).

Menurut peneliti, penelitian ini dapat diteliti dengan menggunakan Teori dependensi efek media massa karena teori ini lebih menekankan bahwa media massa dapat dianggap sebagai sistem informasi yang memiliki peran penting dalam proses pemeliharaan perubahan,dan konflik pada tatanan masyarakat,kelompok atau individu dalam aktifitas sosial. Yang terpenting dalam teori ini bahwa dalam masyarakat modern menjadi tergantung pada media massa sebagai sumber informasi. Teori ini menurut peneliti dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yaitu adakah pengaruh penggunaan instant messaging WhatsApp terhadap efektivitas penyebaran informasi dikalangan ibu-ibu PKK Rt.09 Rw.02 desa Pendem.

2.11 Definisi Konseptual dan Operasional

2.11.1 Definisi Konseptual

Definisi Konseptual pada penelitian ini dimaksudkan untuk lebih berfokus pada pengertian tema dan objek yang diteliti,hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman terhadap beberapa istilah yang digunakan dalam judul penelitian. Adapun beberapa konsep yang digunakan meliputi:

a. Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi merupakan penyebaran pesan yang berisi fakta data yang sesuai dengan kenyataan sehingga

menimbulkan penjelasan yang benar dan jelas serta menumbuhkan pengertian yang sama mengenai pesan yang disebarkan.

b. Efektivitas penerimaan informasi

Efektivitas penerimaan informasi merupakan seberapa jauh target penerimaan pesan atau informasi yang diterima oleh audience.

2.11.2 Definisi Operasional

a. Variabel (X) : Penggunaan instant messaging WhatsApp.

Adapun indikator dari variable bebas tersebut yaitu:

1. Frekuensi atau keseringan responden dalam membuka WhatsApp
2. Frekuensi responden dalam menggunakan fitur (fasilitas) yang ada pada WhatsApp

b. Variabel (Y) : Efektivitas penyebaran informasi

Adapun indikator dari variable bebas tersebut yaitu:

1. Dilihat dari keaktifan responden dalam memberikan informasi, mengomentari dan memberi tanggapan pada grupchat WhatsApp
2. Dilihat dari keterampilan responden dalam menyampaikan informasi dalam grupchat WhatsApp